nòsdiario

Iria-Friné Rivera Vázquez, historiadora da Arte: "Na campaña do Estatuto do 36 era fundamental a arte"

A historiadora da arte e investigadora Iria-Friné Rivera Vázquez, autora de 'Quen conduce o Estado: Arte, ideas, artistas e movementos que deron forma á vitoria do Estatuto de Galicia de 1936', recupera elementos gráficos e escritos que explican a verdadeira dimensión que tivo ese plebiscito para a sociedade do país.

Antón Escuredo

16 de setembro de 2026

https://www.nosdiario.gal/articulo/cultura/iria-frine-rivera-vazquez-historiadora-da-arte/20260916080759266830.html

—Como ideou este traballo ao redor da campaña do Estatuto do 36, precisamente agora que se cumpren 90 anos desde que tivo lugar?

A campaña foi curta mais intensa. Todas as referencias artísticas, estéticas, políticas, sociais, económicas, tecnolóxicas e históricas que estiveron presentes na campaña están recollidas no libro. Unha cuestión que me pareceu particularmente importante foi que eles daban moita importancia á arte como elemento que vertebra a sociedade. Non hai que esquecer que foron moitos artistas importantes os que fixeron os carteis, polo que o mínimo era facer un libro esteticamente á altura do sentido estético que tiñan eles.

—Neste libro que agora presenta vai moito máis alá e afonda nas influencias que tiveron...

Unha cuestión de fondo era explicar todo o que foi o contexto que deu lugar a moitas desas referencias nas que eles se movían. Por exemplo, os carteis, por estilo e por temas, estaban relacionados con Manuel Murguía e as Irmandades da Fala, o Seminario de Estudos Galegos e tamén a mesma cuestión do sufraxio feminino.

—Amosa tamén a modernidade desa campaña, das persoas que a levaron adiante e tamén da sociedade. Como era en realidade?

Daquela a sociedade galega viaxaba moito. Había un movemento moi grande por Europa e tamén cara a América. Accedían a lecturas e sabían o que estaba sucedendo. O mesmo no país, entre a capital, A Coruña, e outras cidades e vilas. É algo que non se ten en conta moitas veces. Pénsase que había unha sociedade atrasada e non era así. Desde a emigración enviaban diñeiro para que se creasen escolas e había acceso á educación.

Temos a proba na propia campaña do Estatuto, que se fixo cuns carteis moi singulares. En toda campaña electoral búscase ser efectivo e aquí foron efectivos empregando neles as vangardas. A publicidade, en definitiva, procura unha proxección de valores que representen unha mensaxe que chegue ao público en xeral. De todo isto quedou constancia na prensa.

—Que momento da campaña do Estatuto do 36, dos que trata no seu libro, destacaría máis?

O mitin do 27 de xuño na Coruña. Realizouse nos Cantóns, diante do monumento a Curros Enríquez que, por detrás, tiña a sede de Correos. Foi un acto precioso ao que acudiron miles e miles de persoas. Deseñouse dunha maneira moi particular, co edificio de Correos, que é de estilo art déco, coa torre central toda pegada con cartelaría e con bandeiras que estaban iluminadas cuns focos de luz, e a torre tamén, todo xusto en perspectiva cara ao monumento a Curros.

A xente escoitaba música e na plataforma estaban o alcalde da Coruña, moitos representantes do Partido Galeguista e doutros partidos diante dun fondo escuro na cal se lía 'Autonomía'. Cando Suárez Ferrín, o alcalde, fixo o seu discurso, empezaron a saír centos e centos de globos de cores e, ao remate, todo o ceo se iluminou con xogos de artificio e continuou a música. Foi precioso, simbólico e conmovedor porque eran as últimas horas antes da votación do plebiscito.

—Reúne neste libro material escrito e gráfico. Non existe material audiovisual?

Procurei, mais, por desgraza, moitas das filmacións e gravacións da radio foron arrasadas na guerra. É unha mágoa non poder escoitar Castelao e Bóveda. Temos constancia, iso si, do que dicían nos seus discursos polo seguimento que fixo a prensa. Os xornalistas ían e tomaban notas para logo transmitir por escrito o que dixeron.

A importancia dos carteis do Estatuto

No libro, editado pola **Área de Cultura da Deputación da Coruña**, ten especial relevancia o aspecto gráfico. Entre os elementos que salientan, por exemplo, están os carteis que se fixeron a favor do **Estatuto de Autonomía**. "Hai que ter en conta que chegaron a facer catorce carteis", destaca a autora. "Neles está presente o art déco, o romanticismo, o expresionismo, as vangardas, sabendo que o público receptor entendería a mensaxe", agrega. Nesta edición, na que interveu Sofía Iglesias de Xiralúa Estudo Creativo, tivéronse en conta as propias gamas cromáticas dos anos 30. "Eran moi concretas; hai que lembrar que foi unha época de recesión económica e a cor era sinónimo de luxo, outra razón pola cal a campaña foi un grandísimo éxito porque o sentido da cor tivo unha gran resonancia", asegura a Nós Diario Iria-Friné Rivera.